

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Penggunaan Model Iklan Asing Pada Foto Produk Tenun Akun Instagram @Assojar_Fasion

Rafly Ramadhan Khatami

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74918&lokasi=lokal>

Abstrak

Media sosial instagram dianggap media yang paling efektif, karena lebih fokus dengan unggahan foto dan video, dibanding media sosial lainnya yang lebih berfokus pada kicauan. Beberapa pelaku industri kreatif di Indonesia saat ini menggunakan instagram sebagai media untuk memperkenalkan produknya. Fokus penelitian ini adalah penggunaan model iklan asing pada foto produk kain tenun di akun instagram @assojar_fashion. Tujuan penelitian untuk memahami penggunaan model iklan asing pada foto produk tenun akun instagram @assojar_fashion dan untuk memahami faktor yang melatari akun instagram @assojar_fashion menggunakan model iklan asing.

Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif dilapangan. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus, penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam. Konstruktivis dipilih karena merupakan landasan atau cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata (realitas).

Konsep fotografi juga membantu menjelaskan bagaimana model iklan asing tersebut ditampilkan. Dengan menggunakan konsep viscap (visibility, credibility, attraction & power), dapat mempermudah pemasar melakukan evaluasi terhadap kelayakan endorser dalam mengiklankan produk.

Terdapat lima unsur penting dalam mengunggah sebuah konten di instagram. yang pertama yaitu visualisasi atau foto produk harus menarik. Kedua menggunakan model iklan sebagai untuk membantu mempercantik produk, ketiga deskripsi produk harus jelas dan detil, keempat itu hashtag, agar unggahan tersebar luas. Yang terakhir adalah waktu yang tepat untuk mengunggah sebuah konten.

Dalam akun instagram @assojar_fashion, model iklan asing ditampilkan menggunakan sudut pengambilan gambar medium shot dan long shot. Sudut pengambilan gambar tersebut dipilih karena menampilkan detil-detil pada produk pakaiannya. Karakteristik VisCAP yang terdapat pada model iklan asing adalah unsur likability, menunjukkan pada kepesonaan fisik seorang model iklan, yang mempunyai kulit bersih, tinggi badan ideal, dan memiliki tulang rahang yang bagus. Pada unsur similarity, model iklan asing ini dipilih karena mempunyai tinggi dibawah 180cm, seperti tinggi ideal masyarakat Indonesia. Unsur expertise artinya seberapa ahli model iklan asing tersebut pada bidangnya, dibuktikan dengan banyaknya portofolio kerja sama dengan merek ternama di Indonesia.